

6. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

（－：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連  (東海)	◎	コンビニ（商品企画担当）	それ以外	・新型コロナウイルスのワクチン接種の進行とともに緊急事態宣言の解除によって、客足が戻りつつある。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの変異株が増えてきたため、危険だとの話を客からは聞く。
	○	百貨店（総務担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言も解除され、少しずつではあるが客が戻りつつある。ただし、なかなか長い時間の滞在につながらず買い回りが乏しいため、まとまった売上につながっていない状況である。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されたことによって、明らかに人流が増加しており、外食やレジャーに対する消費マインドは上向いているように感じる。
	○	百貨店（計画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染が収まりつつあるため、最悪期は脱している。ただし、前年と比べても来客数が少ない状況が続いている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・競合店が改装オープンし若干の影響はあるが、緊急事態宣言の影響の方が強く外出や外食を控えている。総菜やすしなどが売れ、来客数は前年比102%と増え売上も前年を上回った。
	○	スーパー（営業企画）	お客様の様子	・緊急事態宣言解除により人の動きが出てきたが、外食関係の営業時間短縮等の制限で内食需要は引き続き高い。来客数、買上点数共に前年を上回っている。
	○	スーパー（ブロック長）	販売量の動き	・飲食店の時短要請、酒類提供制限の影響は大きく、家飲み・内食により酒、おつまみ、菓子、総菜が好調に売れている。食品部門や日用品カテゴリーは、前年を超えてはいないが来客数が増えている。
	○	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・既存店は、緊急事態宣言が発出中であつたが前年実績を上回っており、前月と比べても若干増加傾向にある。ただし、5月は平日が少ないためであり、駅立地の店舗は売上が減少しており楽観視はできない。
	○	衣料品専門店（売場担当）	来客数の動き	・スーツの需要は暑さとともに減ってきているが、その分、ワイシャツ、パンツやジャケットがよく売ってきている。
	○	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・ここに来て新規来店が増えてきた。新型コロナウイルスも落ち着いてきたので購買意欲も上昇傾向にある。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・ワクチン接種が始まっていることに加え、商品の入荷が回復してきたこともあり、少しずつ客の購買意欲も回復しつつある。来客数も少しずつだが戻ってきている感がある。
	○	都市型ホテル（営業担当）	お客様の様子	・高齢者のワクチン接種が進んできたので、一部レストランの予約が増えつつある。今後の感染状況次第で、デマンドが大きく変化する。
	○	観光名所（案内係）	お客様の様子	・街の人出が徐々に増え始めている。飲食業でも来客数の増加がみられる。
	○	美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・今月は人気商品の限定販売でとても買い求めやすいキャンペーンが始まったため、多くの客がまとめて購入してくれた。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・グリーン住宅ポイントの流れがあり6月までは好調で、例年以上の販売数できている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・大きい都市の中心部や郊外型の大規模ショッピングセンターなどは集客も戻ってきておりにぎわっているようだが、それ以外のところは閑散としており、ほとんど客が来ない。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・当地域の人々は非常に真面目で、緊急事態宣言からまん延防止等重点措置に変わって新規感染者数も減っているという事は、やはり自粛している人が非常に多いと見受けられる。	
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・商店街の人出はあるが購買する人が少ない。ステーション系売店は、相変わらず乗降客が少ないのでさっぱりである。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種により安心感は広まったが、やはり東京オリンピックがどうなるかによってであり、今は様子見である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔結納品〕（経営者）	販売量の動き	・とにかく新型コロナウイルスの感染が収束しないと、店舗型の小売店はどうしようもない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・元々6月の来客数は少ないのでほぼ同じである。低空飛行が続いて、暇である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔土産〕（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言のたびに厳しい状況になる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・6月はお中元の早期受注の時期である。コロナ禍において人との付き合いを減らしているため、売上・来客数全て下がっている。ただし、一部の企業に調子が良いところがあり大口では金額が伸びている。金額全体を考えると、どちらともいえない状況であるが、中身は一部の好景気なところに助けてもらって大きなマイナス分をカバーしている状況である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生活用品〕（販売担当）	販売量の動き	・来客数は少しずつ戻ってきたように感じるが、まだまだ必需品でなければ買い控えている客が多い。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・来客数は少しずつ増えてきた。ビジネスシューズではなくカジュアルシューズを購入する客が多くなった。昼間は年配客がスニーカーなどを見に来店する。スーツ姿の客も、足元はビジネスシューズというよりも、多くはスニーカーなどのカジュアルな靴を履いていて、カジュアルシューズの売場へ入っていく客が多い。その分単価が低くなっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・ワクチン接種が進むまでは、不要不急の外出を避けた自粛生活が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言で県の要請に従い20日までの土日が休業となった。休業前平日の集客を見込んだが、状況は変わらず厳しかった。宣言解除後は比較的人出も増え、テナントビルのクリアランスセールや自店のイベントもあり、ここ最近で最も多くにぎわった。中低単価品がメインではあるが、購入率は高くなっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	来客数の動き	・来客数は多少増加しているが、特に熟年層の団体客が来ず、販売増加には至っていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・依然として買物頻度は落ち着いており、安価な物の動きが良い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	単価の動き	・ステイホームの効果なのか、自宅で梅干しや梅焼酎を作るための梅の売上には目を見張るものがあった。徐々に気温も上がり、すいかも売れている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	お客様の様子	・内食傾向は続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（支店長）	お客様の様子	・コロナ禍がいまだに続いているなかで、先行き不安もあるせいか、必需品以外の購買意欲が低下している。まだまだ先行きが怪しいので、このままの変わらない状況が続くそうである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・土日は相変わらず来客数が多いが平日は少ないため、売上としては今一つである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・食品、生活必需品の動きは余り変化がみられず安定している。化粧品の動向は回復しておらず、マスクや除菌関連商品等も在庫過剰になっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年のコロナ禍の影響度は図り切れないが、やはり緊急事態宣言の影響のためか、前年比の来客数が前月と比較してマイナス10%と悪化傾向である。回復傾向であった重点管理商品の米飯、ベーカリー及びファーストフードが、マイナス3～5%であった。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・まだ来客数が変わらず、前々年はもとより前年にも及ばない状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	販売量の動き	・気温の上昇とともに飲料水やアイスクリームの売上が増えてきたが、その他の落ち込みを打ち消した程度で、全体の売上は2～3か月間変わらない状態である。

□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染防止対策の時短要請等によって、まだ周りの飲食店等が早く閉まるため、その影響がずっと出ている。
□	コンビニ（店員）	来客数の動き	・来客数の多い日と少ない日の差があるので、1か月の平均でみると厳しい。
□	コンビニ（本部管理担当）	来客数の動き	・売上は前年比102.5%であった。前年のコロナ禍を加味した場合、前年比105%と想定していたので、約マイナス3%という状況は、やはり先週まで緊急事態宣言であったことが要因である。前月の状況と直近では、変化がない印象を受ける。
□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・なじみ客への販売量は例年と変わっていないので、メーカーに協力してもらって在庫を少なくしてしのいでいる。
□	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・最低の月間売上高を記録更新した。物が動かない。
□	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・外商について、3～4月と同様に客の消費意欲が余り感じられない。
□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・本来なら東京オリンピックでテレビの販売が伸びるはずが、特に反応がない。例年並みの売行きである。
□	家電量販店（フランチャイズ経営者）	単価の動き	・4～5月と比べると売上は少し回復傾向だが、来客数は前年割れであった。エアコンやテレビ等、単価の高い商品が売れ始めたため客単価は高くなっているが、それでも前年割れであった。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数は前年並みで推移しているが、納車に半年以上掛かる車も出てきており、販売しても登録に結び付かず、売上にならない。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・最近新型コロナウイルス対策に慣れが感じられ、マスクはしているものの外出は多くなってきていると感じる。しかし、自分たちの営業活動に端を発し感染が拡大しては困るので、なかなか積極的に動くことは難しい。最低限の活動では、客のニーズを捉えにくい。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で景気の良くない部分もあるが、製造業での生産が追い付いていないのが現状である。
□	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・全体的にそれほど良い状況ではない。車は単価的に安くなってきている。仕入れでは良いが、値段が安くなるということは当社にある全在庫の価値が下がることになるので、良しあしである。景気としては、ガソリンや木材など高騰している物があるなか、中古車全体としては安いという感じである。
□	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・半導体不足による車の生産の遅延がここ最近かなり出ている。カーディーラーからの車をもらおうと思っても、皆もらえない状況のため、販売量もかなり厳しくなっている。
□	住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響も含め、新築物件、リフォーム物件など、まだ現場に動きが出てきていない。様子見という状態もあり、秋から来年に掛けてしか見込めない。
□	その他専門店【貴金属】（経営者）	来客数の動き	・時計宝石小売業としては、来客数が戻らず苦戦する毎日である。催事を実施すればそこそこの集客はあるが、単価が低く、毎月の売上確保が困難を極めている。
□	その他専門店【書籍】（店員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種も始まって、人出が増えてきた。今まで我慢していた分単価需要がなくなりつつあるため、前年のような売上は見込めず、例年どおりの売上に戻ってきている。前年よりは2割ほど売上は落ちている。
□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・いつものようにいつもの客が来てくれる。他の人の話を聞いても、それほど極端に落ち込んでいる様子はない。
□	一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・もう本当に一部の常連客のみしか来ない状態で困っている。

□	バー（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍のなか、会社から外食を止められていたり自粛ムードや外食しなくてもいいという慣れ等から、人の動きは少ない。しかし、要請を無視して営業している店には、若い人を中心に多く来店しているところもある。
□	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	販売量の動き	・ワクチン接種が始まったが、もう少し分母が増えていかないと上向きな気分にはなっていない。
□	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進まないことには、人は動かない。
□	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大によるまん延防止等重点措置の適用などで、すっかり旅行需要は冷え込んだままである。
□	旅行代理店（経営者）	それ以外	・コロナ疲れで人出は回復してきているが、消費に結び付いているのはデパートでも高額商品が多い。ターミナル駅から5分も離れていない大型ビルの飲食店街でも、閉店したり店舗前で弁当を販売するなど、単価も上がっていない。
□	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言がやっと解除されたが、まん延防止等重点措置が出ていて全く旅行に出掛けられる状態でもなく、問合せすらほぼない。高齢者のワクチン接種が進んでいるが、夫婦共に接種が終わらないと旅行は難しいといわれたり、まだ国民全体の接種率が低いので、秋くらいにはどこか出掛けたいといわれている。早く30～60代も接種して、夏休みの家族旅行に少しでも期待したい。
□	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・ようやく緊急事態宣言、まん延防止等重点措置が解除されたが、引き続き新型コロナウイルス対策の制限があり、観光旅行需要はまだまだである。東京オリンピック需要も、新規の需要はない。
□	旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・旅行業界を気遣って申込みをしてくれる客もいるが、結局、度重なる自粛要請で出発に至らないのが現状である。
□	通信会社（サービス担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で在宅時間が増え、インターネットで動画やライブ配信を見たりするために、ネット環境の申込みをする家庭が増えている。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・設備都合で利用できなかった有線インターネットが提供できる環境になると即新規申込みがあるので、景気は変わらない。
□	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス対策が続くなか、客の利用は低調なまま推移している。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・客にイベント事がないことと職場がリモートになった客も多数いて、髪の毛などは手入れしなくてもいいという感じになっており、気分的に手入れがしづらくなった限界で来店する客が結構多くなった。
□	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス特需的な販売量の動きが見受けられるが、全般的に上向きとまではいかない。
□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・完了まで余り時間のない案件が舞い込んできた。ただ、忙しいだけで基本的には安定していない。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が少し落ち着いてきたため、客の動きは良くなってきている。
□	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	販売量の動き	・工務も毎日現場があり100%稼働はしているが、工事の規模が小さい物件が多くなっており、売上金額は思うようには伸びない状況である。
□	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	単価の動き	・緊急事態宣言のため例年よりもかなり減少しているが、3か月前と同じ状況である。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数が少ないのはもう余り変わらないが、今月は注文が全くなかったため、販売量につながらなかった。
▲	一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・制限があるなかで営業活動が再開されてはいるが、平常期に入り受注量が落ち着いてきている。

▲	スーパー（店員）	来客数の動き	・来客数が少なく、商品もとにかく安くないと売れない状況が続いている。
▲	スーパー（商品開発担当）	販売量の動き	・前年は新型コロナウイルスの影響を受け売上が伸び続けたが、今期はその影響がなくなり、前年に比して売上は苦戦している。
▲	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・毎日必ず来店する客は、前年までは客単価が1000円程度の購入金額だったが、今は500～800円になった印象である。常連客の10～20名程度から同様の印象を受ける。
▲	コンビニ（店長）	単価の動き	・弁当や麺類の売上が下がり、おにぎりの売上も下がっている。
▲	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減っている。外出が減っているためか事故件数も減っている。サボカー補助金が終了したためか、新車売上も減少している。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ここに来て、半導体不足で車の納期遅れが本格化してきた。在庫車も少なくなってきたおり、新規生産の新車は半年待ちとなっており、売上が上がらず非常に苦慮している。中古車も取り扱っているが、高額車は売れず、50万円くらいの車の販売が中心である。車が必需品の地域ならではのかもしれないが、購入費用を抑えようという傾向を感じる。
▲	その他専門店 [雑貨]（店員）	来客数の動き	・6月に入ってから急激に来客数が減少した。緊急事態宣言の影響である。
▲	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・6月中旬に緊急事態宣言の解除とはなったが、アルコール提供時間の制限、時短要請が残るまん延防止等重点措置のなかでは回復が難しい。また、規制に違反して繁盛する店があることに不公平感が残る。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・6月20日まで当地もまん延防止等重点措置で営業時間は20時までで、昼間も外出を控える客が多かった。前々年より売上が10%下がった。
▲	その他飲食 [ワイン輸入]（経営企画担当）	来客数の動き	・飲食店の客では、緊急事態宣言が解除され酒類の提供が開始されても来店客の戻りは限定的で、前々年比で30%程度となっている。
▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・3か月前は春休みということもあり、コロナ禍ではあるが家族客中心に来客があった。6月に入ってから、当地は対象地域ではないが、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置などでマスコミのネガティブキャンペーンのもと、印象が悪いということで、不要不急の外出を控えるなどかなり影響を受け、大きく需要が減少傾向にある。したがって、悪い状況が続いている。
▲	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・営業時間短縮で苦しい。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されたが引き続きまん延防止等重点措置が出ているため、売上は前月とほとんど変わらない。当社を含め市内のタクシー会社は夜の営業が相変わらず悪いため、稼働率をとっても低くしており、当社も今月30日までは自宅待機の社員もいて、7月以降はまだ分からない状態である。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・客足が離れてしまった。
▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・新規契約件数が落ち込んできており、人の動きが減ってきているように感じる。
▲	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・1年前からの増設の影響により、最近では販売量の減少が続いている。
▲	テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・天候の影響もあるが、平日に来園する人数が減少している。
▲	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・今月は、コロナ禍の影響を受けた前年より入場者数は増えているが、予算的には少し良くない。雨の予報が出るとキャンセルが多く発生する傾向にある。2月以降の入場者数が好調に推移しているため、今月は少し景気が悪いと判断する。
▲	理美容室（経営者）	来客数の動き	・暑くなってきて忙しくなってもいいはずだが、客が余り出歩いていないようである。
▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・やはりまだまだ新型コロナウイルスの影響がある。

	▲	設計事務所（職員）	お客様の様子	・客との打合せや会話のなかで景気についての話は全く出てこない。恐らく景気回復の基調はない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数は減少しているが、今後の状況がどうなっていくのかの判断が難しいところである。
	▲	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	お客様の様子	・最近では来客や商談があっても、先が見えない状況、情勢では大きな出費を控えているようである。受注額の低迷が続いている。
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・当地への旅行者は、マイカー利用の客が平年の4分の1、鉄道利用が同じく5分の1、遠方の行き先を失った当地方の修学旅行生の観光バス利用が若干で、寂しい限りである。長年の経験でも初めてで、いまだに回復の兆しはゼロである。
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・前月に続き、飲食店での酒類販売自粛で、当社のような業務用酒販店は壊滅的な状況になっている。下旬になり夜7時までは解除されたが、ほとんど販売なしに等しい。飲食店でも、以前の夜7時まで販売可のときは営業していた店も今回は休業している店の方が多い。
	×	百貨店（業績管理担当）	販売量の動き	・4月の近隣都府県での緊急事態宣言、また県内の新型コロナウイルス警戒レベルの上昇により、売上、来客数共に大幅に減少した。6月になってもその傾向が続いている。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・6月20日までの緊急事態宣言が影響し、来客数は大幅に下落しており、売上動向は悪い。特に、メイン商材となる米飯やパン類の販売が思わしくない。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・建設関係全体の仕事量が減っていることと周辺の公共工事が一段落したため、来客数に影響が出ている。また、主要客層以外の一般客も、財布のひもは収入減少により固まっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・人が動いていない。
	×	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・6月20日をもって、隣県の緊急事態宣言の解除並びにまん延防止等重点措置の適用区域から除外はされたものの、今月もレストランの一部店舗を閉めたり、宿泊を延べ9日間も閉めた。それにより実績は、3か月前の56%、前年の80%ではあるが、前々年の25%にしか過ぎず、悪いとしかいいようがない。
	×	レジャーランド（職員）	来客数の動き	・緊急事態宣言、まん延防止等重点措置等の自粛要請により、コロナ禍の影響があった前年と同様の低水準となった。
	×	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・変異株が出てきて、ワクチンが普及するまでは難しい。
	×	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きから景気は悪くなっていると判断した。
	×	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	お客様の様子	・以前より先行きが見えないという声が多く聞かれる。給料も下がっている様子である。
	×	美容室（経営者）	それ以外	・やはりこの1年半は、新型コロナウイルスの騒ぎで店もとても暇になった。
	×	理容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大はいつまで続くのか、見当が付かない。
	×	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・新聞の一面にウッドショックの記事が掲載されたのは致し方ないことかもしれないが、メーカーではない地元工務店では、折衝を控えていると聞く。
企業動向関連 (東海)	◎	*	*	*
	○	化学工業（総務秘書）	それ以外	・緊急事態宣言が解除され、東京オリンピックの開催も確定的で、ワクチンの職域接種も始まり、コロナ禍にも動きが見られた。人出は急激に増え、感染対策はしているものの、多くの人が心の中では新型コロナウイルスの終息がみえてきていると感じているのではないかと。

○	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米、アジアの自動車向け設備投資が好調で、引き合いが急激に増えている。
○	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・輸送機器の販売量が増えている。
○	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・通信関連機器の受注、販売は、前年と比較して若干減少傾向はみられるものの、依然として好調である。
○	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・少しずつだが荷主からの引き合いは増えている。6月になってから7月の依頼が続々入ってきているので、荷主側が、今までの遅れをこの夏にばん回するかのようになってきている。
○	輸送業（エリア担当）	それ以外	・取引先の不動産販売会社の話によると、新型コロナウイルスのワクチン接種が始まった頃から、都市部では特に中古マンションの投資用不動産などの売買に係る案件が徐々に件数を伸ばしていると聞き、活況感が出てきたと感じる。
○	通信業（総務担当）	それ以外	・7月の東京オリンピックを控え、国民の気分は少なからず高揚するはずである。景気向上は、期待感から自ら高めていくことになる。ワクチン接種も、64歳以下への展開のアナウンスが身近な自治体からあって、感染阻止の対策も目に見えてきた。
○	金融業（従業員）	取引先の様子	・緊急事態宣言の解除により、前月と比較すると再開した飲食店もあり、日常が戻りつつあるように感じる。それに伴い、消費活動も回復傾向にある。しかし、全業種での回復とはいえない部分もある。
○	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に雨の日が多いが、新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、徐々に外出する人が増加していると思われる。売上は前年を上回り、回復傾向になっている。
□	化学工業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・引き続き半導体メーカー向け電材需要が好調である。
□	窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・4～5月の受注量が少なめで心配したが、3月の水準に戻った。3月末までに予算消化の注文があり、4～5月はその反動で減少したものと思われる。
□	鉄鋼業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・メーカー主導の価格上昇が止まらない。マーケットの需要が回復していないのに値上げが先行し、在庫負担だけが増えている。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。
□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・原材料が必要量は入ってこなかったり、新型コロナウイルスによるライン停止により、受注残が発生している。先進国が新型コロナウイルスから回復しても、生産地の新型コロナウイルスの感染が収束しないうちは、本格的な回復は期待できない。
□	輸送用機械器具製造業（管理担当）	それ以外	・周りの生活状況を見聞きして、景気は変わらないと判断した。
□	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・需要自体はもっと強いが、半導体不足のために自動車の生産が進まず減産せざるを得ない状況である。
□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・5月と比べ6月は集客が減ったが、成約数は横ばいで実需での客の来場が多かった。マンションより戸建て住宅の販売が好調であった。新型コロナウイルスの影響は少なかった。
□	建設業（営業担当）	取引先の様子	・公の仕事は、補償の兼ね合いもあり金を掛けて新型コロナウイルス対策をしている。企業も静観していたところは実施が決まった感じで、仕事ができるようになったが、根本的な営業面では、企業も公共施設も収入がないので、来期以降は資金的に厳しいのではないかと、業者同士で話をしている。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費財、生産財共に国内の物量が安定しているため、利益が出やすい。

	□	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・航空貨物量は高いレベルを維持している。
	□	通信業（法人営業担当）	それ以外	・統計上は改善しているように見えるが、庶民感覚では景気回復とはとても言い難く、財布のひもはまだ固いというのが実感である。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・今の景気は判断しにくい状況である。飲食店などでは営業時間が短くなって新型コロナウイルスの影響が大きく出ているが、自動車産業などにおいてはさほど影響はなく、忙しい部署もある。景気は2極化している。
	□	金融業（企画担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言が解除されても引き続きまん延防止等重点措置が適用されており、観光、飲食関連の業界を中心に厳しい状況も継続している。人出は相応にあるものの、特に個人消費の回復にはもう少し時間を要する。
	□	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・コロナ禍の状況にも慣れてきており、移住への認識は一段落した。
	□	広告制作業（経営者）	それ以外	・来客数が減少している。
	□	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染が地元でも下げ止まりの状態になっているため、広告受注もその影響を受けている。
	□	行政書士	受注量や販売量	・製造業が悪いので貨物が減っている。
	□	公認会計士	それ以外	・中堅・中小企業の業績悪化や従業員の給与減少、コロナ禍による多くの業種での業績への影響から、景気は変わらないと判断した。
	□	会計事務所（職員）	取引先の様子	・一般消費者を取引先としない企業では、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置にかかわらず仕事が進められているので、業績に影響がない。しかし、飲食店は、酒類の提供制限が解除されて若干来客数は増えてきているが、まだまだ少ない。
	□	その他サービス業 [ソフト開発]（社員）	受注量や販売量の動き	・教育関係の注文が芳しくない。コロナ禍の影響を受けて学校活動に注力がされていないようである。
	□	その他非製造業 [ソフト開発]（経営者）	受注量や販売量の動き	・6月は普通に過ぎ、良くもないし悪くもないという状態である。ただし、世の中はまだまだ良くなく、競合先や営業マンに聞いても良い話はなかった。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が解除されたが、これまでの影響が大きくて、まだ予断を許さない状況が続いている。半導体不足の影響で自動車関連の景気もやや悪く、全般的にも景気はやや悪くなっている。
	▲	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・自社の受注量にも陰りが見えてきているが、協力工場が暇になってきたという声をよく聞くようになった。プロジェクトの動きが止まってきているように感じる。
	▲	通信業（法人営業担当）	受注量や販売量の動き	・民間企業への提案は、来るべきデジタルトランスフォーメーション社会に向けて、アウトソーシングやフルフィルメントをキーワードに実施するが、不安定な世の中において、変革を推進するモチベーションは少なく、響かない。行政向けの提案内容は、地方創生交付金頼みになっていることもあり、ことごとく成立しない。
	▲	新聞販売店 [広告]（店主）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の影響で百貨店のチラシなどが全く入らない。ダイレクトメールに関しても、旅行関連の物が全く来なくなった。
	×	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響により取引先が減少した。倒産の出ている業種も多い。
雇用関連	◎	—	—	—
(東海)	○	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・エンジニアの稼働率は、3か月前とさほど変化なく低水準ではあるものの、主要客からの派遣案件や受託案件の引き合いが増えた。
	○	アウトソーシング企業（エリア担当）	採用者数の動き	・北米や中国の自動車販売が共に好調に推移し、生産における仕事量も確保でき順調に進んでいるが、半導体不足による影響を懸念している。

○	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	それ以外	・イベント時の来場者数は回復傾向で、緊急事態宣言下ではあったが人の動きが戻ってきた。
○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・5月の新規求人数は前年同月を9%上回り、有効求人数も8.8%の増加となった。現状は、新型コロナウイルス発生以前と比べれば依然として厳しい状況が続いているが、回復基調になってきている。
○	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者及び有効求職者数が減少に転じたことから、景気は上向きとを感じるものの、有効求職者のうちパート求職者については増加が続いており、先行きの不透明感も感じる。
○	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・当所の紹介による就職者が、前年同月比で増加してきている。
○	職業安定所（次長）	求人数の動き	・職種別有効求人数の前年同月比を3か月前と比較すると、前年同月を上回る職種が増加しており、全体でも増加に転じている。前年同月は既にコロナ禍の影響を受けており、前々年同月との比較では全体として大きく減少しているため、コロナ禍以前の水準には達していない。
○	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・新型コロナウイルスの環境下において、自社に必要とされる人材要件が企業内でも固まり、今の時代に適した採用フローを身に付けた企業が増加している。
□	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・特に大きな変化はなかった。
□	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・人手不足は継続しているものの、製造業の生産数の減少、宿泊施設の利用者数の減少は変わらず、景気回復傾向がみられない。
□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ホテル関係は相変わらず悪い。
□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・求人数は前月までの下降トレンドから戻りつつあり、前年同月比では増加している。
□	人材派遣会社（企画統括）	求職者数の動き	・新規求職者数が引き続き低調である。
▲	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・2極化している面があるが、大きくは悪い状態が続いている。特にサービス業では閉店も増えている。
×	—	—	—